



**FRIEDRICH NAUMANN
STIFTUNG** Für die Freiheit.



UMFRAGE

TIKTOK, X & CO.

Mediennutzung und die Anfälligkeit
für Desinformation

von Zoë van Doren

Impressum

Herausgeberin

Friedrich-Naumann-Stiftung für die Freiheit
Truman-Haus
Karl-Marx-Straße 2
14482 Potsdam-Babelsberg

/freiheit.org

/FriedrichNaumannStiftungFreiheit

/FNFreiheit

/stiftungfuerdiefreiheit

Autorin

Zoë van Doren
Referentin globale Digitalisierung und Innovation
Friedrich-Naumann-Stiftung für die Freiheit

Redaktion

Teresa Widlok
Leiterin Abteilung Globale Themen
Friedrich-Naumann-Stiftung für die Freiheit

Kontakt

Telefon +49 30 220126-34
Telefax +49 30 690881-02
E-Mail service@freiheit.org

Stand

März 2025

Hinweis zur Nutzung dieser Publikation

Diese Publikation ist ein Informationsangebot der Friedrich-Naumann-Stiftung für die Freiheit. Die Publikation ist kostenlos erhältlich und nicht zum Verkauf bestimmt. Sie darf nicht von Parteien oder von Wahlhelfern während eines Wahlkampfes zum Zwecke der Wahlwerbung verwendet werden (Bundestags-, Landtags- und Kommunalwahlen sowie Wahlen zum Europäischen Parlament).

Lizenz

Creative Commons (CC BY-NC-ND 4.0)

ISBN

ISBN-978-3-911204-13-2

Inhalt

1. EINLEITUNG	4
2. METHODIK UND MEDIENVERTRAUEN	5
2.1. Methodik der Umfrage	5
2.2. Diverser Medienkonsum – Mehr Auswahl, weniger Vertrauen	5
3. MEDIENNUTZUNG UND DESINFORMATION	7
3.1. Der Glaube an antiwestliche Narrative	7
3.1.1. Ein positiver Eindruck von China – Chinesische Desinformationsnarrative in Deutschland	7
3.1.2. Russlands Propaganda wirkt – wie sich russische Narrative in der Bevölkerung verfestigt haben.....	10
3.2. Corona-Narrative fünf Jahre nach Beginn der Pandemie	12
3.3. Glaubwürdigkeit politischer Aussagen – weitere Verschwörungsmythen in der Bevölkerung	14
4. WOHIN FÜHRT DER WEG VORWÄRTS? VERANTWORTUNG UND HANDLUNGSBEDARF.....	15
4.1. Ursprünge der Narrative.....	15
4.2. Plattform, Politik, Publikum – Pingpong der Verantwortung	16
4.3. Von Bildung zu Verboten – welche Maßnahmen wünscht sich Deutschland?.....	18
5. SCHLUSSFOLGERUNGEN	20
ZITIERTE LITERATUR	21
ÜBER DIE AUTORIN.....	21

1. Einleitung

Die Manipulation des Informationsraums stellt eine Bedrohung für liberale Demokratien dar. Warnungen von öffentlichen Stellen vor ausländischer Einflussnahme, KI-generierten Videos, die für Aufregung sorgen oder die Verbreitung von Falschinformationen über reichweitenstarke Kanäle in sozialen Netzwerken, sind Ausweis dieser Gefahrenlage.

Hinzu kommt eine Veränderung des Medienkonsums: Neben traditionellen Medien wie den öffentlich-rechtlichen Sendern oder Lokalzeitungen spielen verschiedene soziale Netzwerke und Plattformen eine immer größere Rolle. Dabei steht besonders die Rolle unterschiedlicher Plattformen im Fokus. Denn Algorithmen von Plattformen und ihre Funktionsweise bleiben oft intransparent, wodurch auch systemische Risiken, wie die Verbreitung von Desinformation, schwer greifbar bleiben.

Die Friedrich-Naumann-Stiftung für die Freiheit hat eine Umfrage in Auftrag gegeben, welche auf die Schnittstelle zwischen Medienkonsum und Anfälligkeit für Falschinformationen blickt. Die Umfrage geht folgenden Fragen nach: Welche Mediennutzung begünstigt den Glauben an Desinformation? Gibt es Plattformen, deren Nutzerinnen und Nutzer besonders anfällig sind für anti-westliche Narrative? Welche Rolle spielen Desinformationsnarrative aus dem Ausland, insbesondere aus China und Russland?

Dabei lassen sich aus der Anfälligkeit für Desinformation keine direkten Rückschlüsse auf die Verbreitung, geschweige denn die gezielte Streuung von Desinformation durch bestimmte Akteure ziehen. Erkennbar sind allerdings Muster, die Aufschluss über potenzielle Risiken geben können.

Nutzerinnen und Nutzer sozialer Netzwerke sind anfälliger für Desinformationsnarrative. Dabei stechen vor allem TikTok-, X und YouTube-Nutzerinnen und Nutzer hervor. Sie neigen stärker dazu, anti-westlichen Narrativen zu glauben. Auch der Einfluss von Verschwörungserzählungen rund um Impfungen oder die Corona-Pandemie ist unter bestimmten Nutzergruppen besonders hoch. Gefragt wurde zudem danach, wer Verantwortung für die Verbreitung von Desinformation trägt und welche Maßnahmen im Kampf gegen diese als besonders wichtig angesehen werden.

Ein zentrales Problem in der Erforschung von der Verbreitung von Desinformation bleibt der begrenzte Zugang zu Daten. Plattformen verweigern oder erschweren in vielen Fällen der Wissenschaft die Einsicht in relevante Informationen zur Verbreitung von Inhalten, obwohl es hierfür mit dem Digital Services Act (DSA) mittlerweile rechtliche Regeln gibt. Erst kürzlich wurde X in Deutschland per Eilentscheidung verpflichtet, Daten zur Reichweite von Beiträgen herauszugeben – eine Entscheidung, die auf Grundlage des DSA getroffen wurde.

Die Ergebnisse der Umfrage verdeutlichen, dass sich im digitalen Informationsraum Desinformationsnarrative schneller und besser verbreiten als bei den traditionellen Medien. Mit diesen Erkenntnissen liefert die Umfrage wertvolle Einblicke in die Wechselwirkungen zwischen Medienkonsum und Anfälligkeit für Desinformation und zeigt auf, wo dringend Handlungsbedarf besteht und wie die Nutzenden selbst diese Handlungsfelder beurteilen.

2. Methodik und Medienvertrauen

2.1. Methodik der Umfrage

Wie hängen der Glaube an anti-westliche Narrative und der Medienkonsum zusammen? Die Friedrich-Naumann-Stiftung für die Freiheit hat in einer Umfrage mit dem Institut für Demoskopie Allensbach diese Frage in den Fokus gestellt. Dabei wurde zunächst der Medienkonsum abgefragt. Neben der Nutzung von traditionellen Medien, wie Lokalzeitungen und öffentlich-rechtliche Sender, wurden die Teilnehmenden auch zu ihrem Konsum politischer Inhalte auf sozialen Netzwerken wie TikTok, X und anderen sozialen Netzwerken wie Facebook und Instagram, sowie YouTube, Podcasts und Alternativen Medien gefragt. Darauf aufbauend wurden die Teilnehmend zu 16 Aussagen und Meinungen befragt, welche ihre Anfälligkeit für anti-westliche Narrative bewerten sollten. Letztlich wurden Fragen zum Problembewusstsein sowie zu möglichen Lösungsansätzen gestellt.

Die Umfrage zeigt nicht, was auf den Plattformen verbreitet wird, sondern kann nur aufzeigen, welche Zusammenhänge zwischen der Mediennutzung und der Anfälligkeit für bestimmte Narrative bestehen. Befragt wurden 2092 Personen repräsentativ für die Bevölkerung ab 16 Jahre im Zeitraum vom 28.11-04.12.2024. Die Umfrage wurde online von der Bilendi GmbH durchgeführt, die Quotierung und Gewichtung machte das Institut für Demoskopie Allensbach.

2.2. Diverser Medienkonsum – Mehr Auswahl, weniger Vertrauen

Die Umfrage stellte den Teilnehmenden zunächst einige Grundlagenfragen: Wie gut fühlen Sie sich über das politische Geschehen in Deutschland informiert, wo informieren Sie sich vor allem über Politik bzw. aktuelle Ereignisse, wie viel Vertrauen haben Sie allgemein in Medien in Deutschland.

Grundsätzlich fühlen sich nur 15,9 % der Befragten sehr gut über das politische Geschehen informiert. Hier gibt es eine starke Differenz zwischen Männern, die sich zu 22,9 % sehr gut informiert fühlen und Frauen, bei denen sich nur 9,1 % als sehr gut informiert einordnen. Mit 52,1 % fühlen sich die Nutzer und Nutzerinnen von X am besten informiert, gefolgt von ca. 35% der Konsumentinnen und Konsumenten von Tageszeitungen, Podcasts und alternativen Medien. Über Politik und aktuelle Ereignisse informiert sich die Mehrheit der Befragten mit 64 % unter anderem über öffentlich-rechtliche Radio- und Fernsehsender. Darauf folgen Lokalzeitungen mit 37,5 %. Von den 16-29-Jährigen sehen nur noch 46,4 % die Angebote des ÖRR als eine ihre Hauptinformationsquellen an. Bei den über 60-Jährigen sind es hingegen 76,9 %. Unter den 16-29-Jährigen informieren sich 32,1 % vor allem über TikTok. Die Plattform steht in dieser Altersgruppe an vierter Stelle hinter YouTube (40,2 %), und anderen sozialen Netzwerken wie Instagram und Facebook (37,9 %). YouTube stellt bei einem Viertel der befragten Männer eine wichtige Informationsquelle dar, jedoch nur bei 14,6 % der Frauen.

Abb. 1 | Wo informieren Sie sich vor allem über Politik bzw. aktuelle Ereignisse?

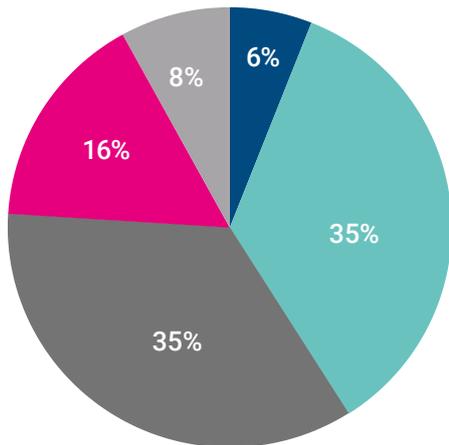
	Bev. Ab 16 Jahren			Geschlecht		Altersgruppen					Schulbildung		
	Insges.	West	Ost	Männer	Frauen	16–29 Jahre	30–44 Jahre	45–59 Jahre	60 und älter	16–35 Jahre	Einfache	Mittlere	Höhere
Basis	2092	1682	318	1026	1066	370	484	514	724	549	605	624	863
Lokalzeitung, Tageszeitung hier vor Ort	37,5	38,8	35,5	41,6	33,6	23,7	30,7	39,2	48,0	23,8	32,7	36,0	41,9
Verkaufszeitungen wie Bild, Express, B.Z. oder andere	10,0	9,7	9,5	12,8	7,3	12,0	13,5	8,7	7,6	13,1	7,0	9,5	12,5
Überregionale Tageszeitungen, Wochenzeitungen, Nachrichtenmagazine, z.B. SZ, FAZ, Spiegel	25,3	26,1	22,3	29,6	21,3	29,7	29,1	25,1	20,7	29,3	12,0	20,7	38,0
Öffentlich-rechtliche Radio- und Fernsehsender	64,0	64,5	62,9	63,6	64,4	46,4	54,2	67,7	76,9	46,3	58,7	62,8	68,6
Private Radio- und Fernsehsender	36,1	36,2	34,6	39,3	33,0	22,7	35,0	44,6	37,7	25,8	40,7	36,3	32,8
TikTok	10,2	10,0	10,5	10,1	10,2	32,1	12,0	4,7	1,8	27,0	9,1	9,3	11,6
Andere soziale Netzwerke wie Instagram, Facebook	21,3	21,5	21,3	21,7	21,0	37,9	28,4	18,1	10,4	35,7	15,7	21,7	25,2
X (früher Twitter)	6,7	6,5	7,4	10,8	2,8	14,8	10,4	4,7	1,7	13,6	3,7	3,0	11,6
YouTube	19,9	20,0	20,7	25,4	14,6	40,2	25,6	13,9	10,1	37,3	17,3	18,2	23,0

Die Umfrageteilnehmenden sind gespalten was ihr Vertrauen in Medien angeht: 40,7 % haben sehr großes oder eher großes Vertrauen in Medien, während 51,3 % eher weniger großes oder kaum Vertrauen haben. Dabei haben die 16-29-Jährigen mit 10,9 % noch das größte (sehr großes) Vertrauen darin, dass sie von den Medien in Deutschland allgemein zuverlässig und gut informiert werden. Von den

über 60-Jährigen geben nur 3,6 % an, sehr großes Vertrauen in die Medien zu haben. Die Zahl der Konsumentinnen und Konsumenten von TikTok (13,3 %) und X (20,9 %), die sehr großes Vertrauen in die Medien haben ist weitaus höher als der Durchschnitt der Befragten mit 5,9 %. Nutzer und Nutzerinnen von X haben das größte Vertrauen in Medien.

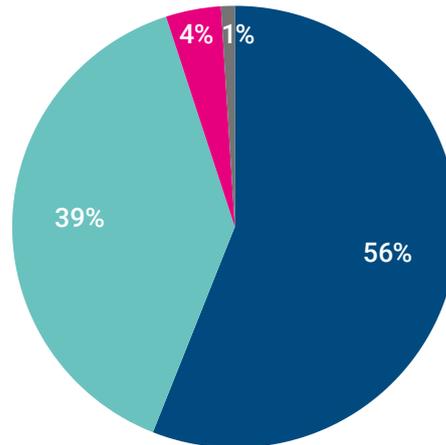
Abb. 2 | Vertrauen in Medien und Problembewusstsein

Vertrauen in die Medienlandschaft



- sehr großes Vertrauen
- eher großes Vertrauen
- weniger Vertrauen
- wenig bis gar kein Vertrauen
- keine Angabe

Falschmeldungen sind...



- ein großes Problem
- kein großes Problem
- gar kein Problem
- keine Angabe

Quelle: Allensbacher Archiv, IfD-Umfrage 9263

Eine große Mehrheit der Befragten erkennt die Verbreitung von Fehlinformationen in den Medien als bedeutendes gesellschaftliches Problem an. 54,3 % sehen dies als großes Problem, während 36,8 % es als weniger schwerwiegend betrachten.

3. Mediennutzung und Desinformation

Im zweiten Teil der Umfrage wurden konkrete Narrative und Aussagen abgefragt. Dabei lag der Fokus auf russischer und chinesischer Propaganda. Es wurden aber auch bereits etablierte Verschwörungsnarrative abgefragt. Die Ergebnisse zeigen: Menschen, die ihre Nachrichten vor allem über soziale Netzwerke konsumieren, glauben eher an Desinformation. Dabei glauben Nutzerinnen und Nutzer von TikTok und X oft zu höheren Anteilen an Verschwörungsmymen als Nutzerinnen und Nutzer von anderen sozialen Netzwerken wie Facebook und Instagram. Auch YouTube scheint eine Plattform zu sein, die zu höheren Anteilen genutzt wird von Personen, die eher anfälliger sind für Desinformationsnarrative.

3.1. Der Glaube an antiwestliche Narrative

Nutzerinnen und Nutzer von TikTok in Deutschland sind besonders anfällig für russische und chinesische Desinformation. Einige Beispiele: über ein Drittel der Nutzerinnen und Nutzer der App glauben laut der Umfrage, dass Putin in der Ukraine gegen ein faschistisches Regime kämpft. Rund ein Drittel der TikTok-Nutzerinnen und Nutzer ist sogar davon überzeugt, China sei keine Diktatur. 42 % von ihnen halten autoritäre Regime für effektiver als die Demokratie. Im Folgenden werden einige dieser abgefragten Narrative analysiert.

3.1.1 Ein positiver Eindruck von China – Chinesische Desinformationsnarrative in Deutschland

Abgefragt wurden in der Umfrage fünf Aussagen zu China. Dabei fielen starke Abweichungen sowohl zwischen den Generationen als auch in der Mediennutzung auf. In der Tendenz wird China von jüngeren Menschen positiver gesehen. Gleichzeitig sind Nutzerinnen und Nutzer von TikTok anfälliger für viele unterschiedliche Desinformationsnarrative.

TikTok gehört dem Mutterkonzern ByteDance an. Dieser ist formal zwar auf den US-amerikanischen Cayman Islands gemeldet, die internationale Zentrale liegt in Singapur, wichtigster Firmensitz ist jedoch in Peking, China. Eigentlich sollte TikTok in den USA Ende Januar 2025 verboten werden. Das ursprüngliche überparteiliche Verbot ging zurück auf Bedenken um die nationale Sicherheit. Grund sei, dass China zum einen massenweise Daten über die Nutzer in den USA sammeln könne. Zum anderen bestehe Sorge vor chinesischer Propaganda, welche subtil über die App verbreitet werden könnte. TikTok sozusagen als Propagandainstrument der Kommunistischen Partei Chinas (KPC). China konnte bisher nicht nachgewiesen werden, dass es TikTok für seine Zwecke nutzt, aber auch das Gegenteil ist nicht bewiesen. Der Algorithmus der App ist geheim und wahrscheinlich von China als strategisch wichtige Technologie eingestuft (Laaff et al., 2025). Zumindest hat der chinesische Staat in der Vergangenheit mehrfach erklärt, dass er Technologien wie diese als wichtig für seine nationale Sicherheit betrachtet (Kharpal, 2024).

China ist eine Diktatur

Die Umfrage deutete darauf hin, dass chinesische Narrative in Deutschland weit verbreitet sind. Dabei gibt es starke Unterschiede zwischen den Generationen und der Nutzung von Medien. Zunächst ist auffällig, dass jüngere Generationen China seltener als Diktatur erkennen. Während 63,6 % der über 60-Jährigen der Aussage voll zustimmen, und nur 5 % eher nicht oder gar nicht zustimmen, identifizieren nur 31,6 % der 16-30-Jährigen mit voller Zustimmung China als Diktatur. 21,9 % in der Alterskohorte sehen China nicht als Diktatur, das ist fast jeder vierte im Vergleich zu nur jedem zwanzigsten über 60. Zudem beeinflusst der Medienkonsum die Zustimmungswerte. Am stärksten hervor tritt dabei die Antwort der Nutzerinnen und Nutzer von TikTok. Nur 28,1 % dieser Gruppe stimmen voll zu, dass China eine Diktatur ist. Das steht in starkem Kontrast zum Gesamtdurchschnitt von 49,7 %, ein fast doppelt so hoher Anteil.

Abb. 3a | China ist eine Diktatur

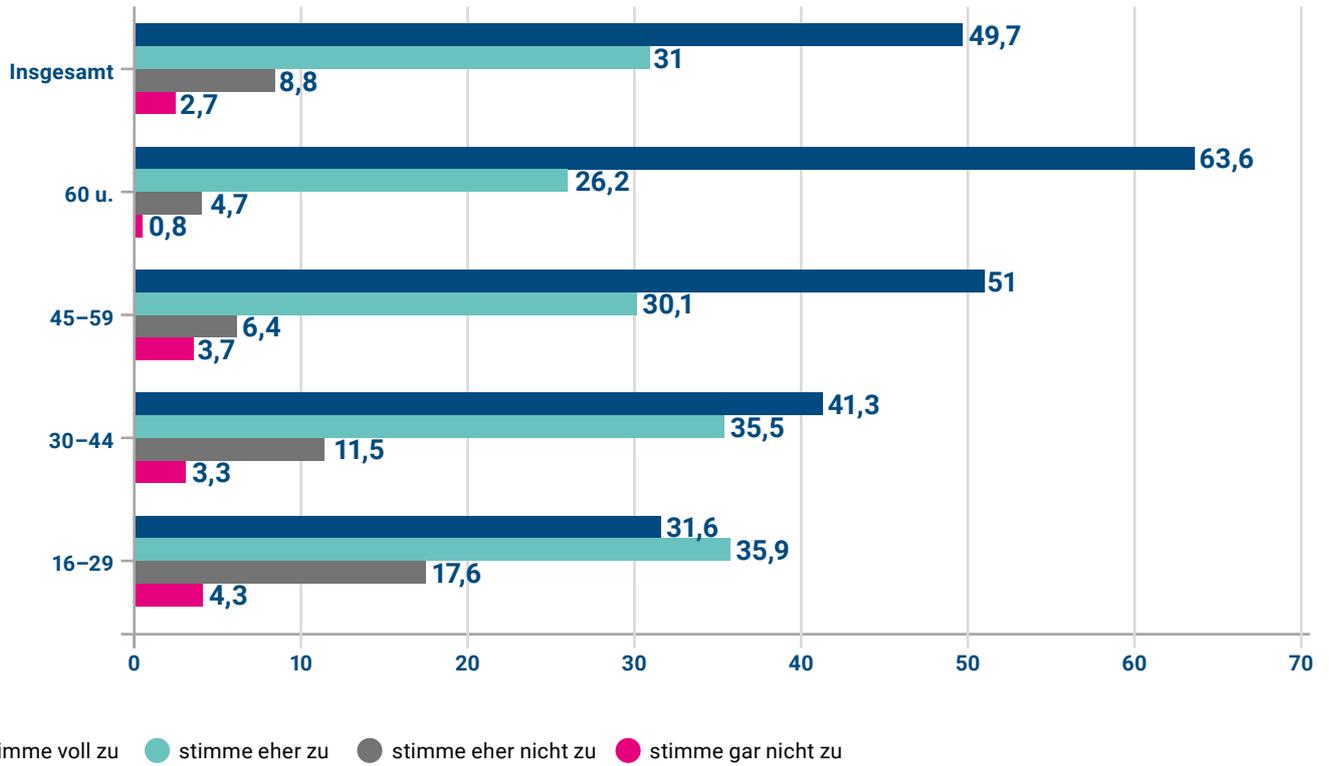
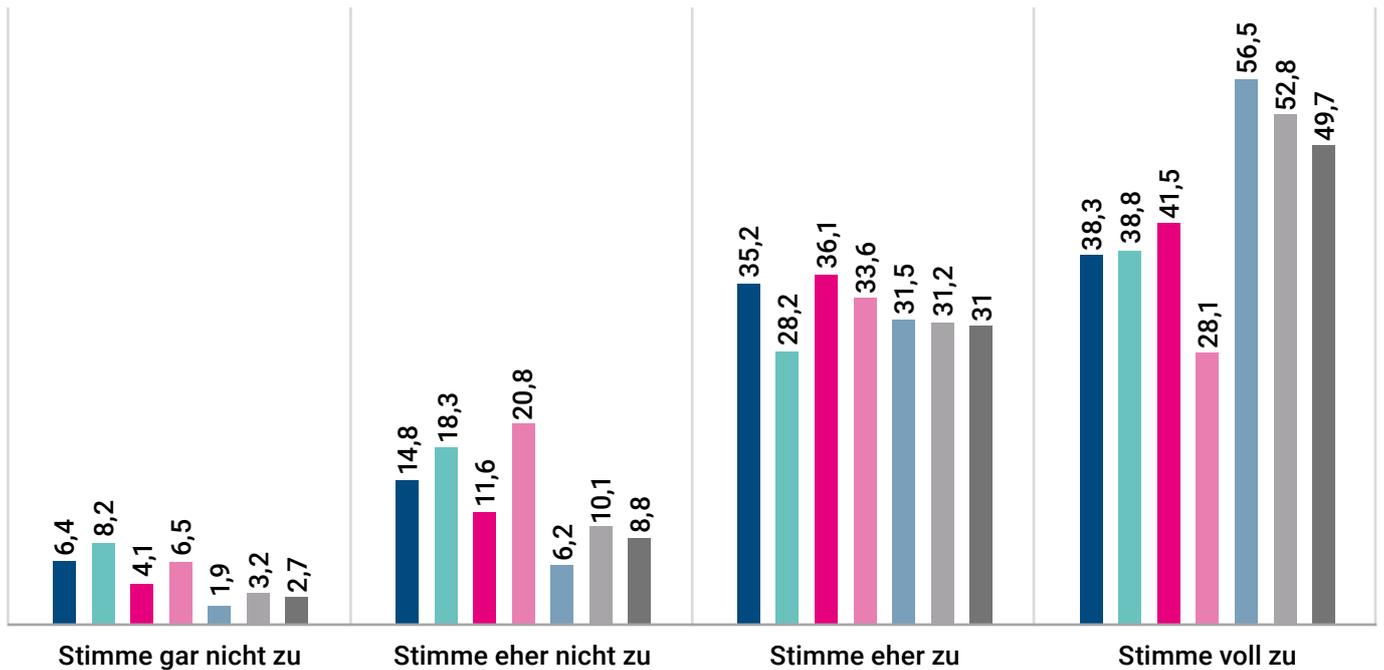


Abb. 3b | China ist eine Diktatur



Quelle: Allensbacher Archiv, IfD-Umfrage 9263

Chinas Regierungssystem ist effizienter und erfolgreicher als die demokratischen Regierungssysteme des Westens

Die Umfrage zeigt, dass ein Drittel der Bevölkerung nicht nur voll oder eher zustimmt, dass Chinas Regierungssystem effizienter, sondern auch dass es erfolgreicher ist. Dabei stimmen nur 7 % der Aussage voll zu. Etwa doppelt so hoch ist die volle Zustimmung bei Nutzerinnen und Nutzern von X (13,6 %), TikTok (13,5 %), YouTube (13,6 %) aber auch Konsumenten von Podcasts (12,6 %). Zugleich widersprechen die Nutzerinnen und Nutzer von TikTok mit 15,4 % der Aussage am wenigsten (stimme gar nicht zu). Dicht gefolgt werden sie von X-Nutzenden (16,8 %). Der Durchschnitt liegt dabei mit 25,4 % knapp 10 % Punkte höher. Nennenswert ist, dass es sich hier nicht um einen allgemeinen Generationsunterschied handelt, denn 24,1 % der 16-30-Jährigen widersprechen der Aussage, dass Chinas Regierungssystem effizienter und erfolgreicher ist, voll. Ein weiterer Einflussfaktor ist das Geschlecht: Männer stimmen zu 9,6 % voll zu, dass Chinas Regierungssystem effizienter sei und 24,9 % stimmen eher zu (insgesamt liegt die Zustimmung bei 34,5 %). Bei Frauen stimmen nur 4,5 % voll und 18,9 % eher zu (insgesamt 23,4 %). Damit ist das Geschlecht ein entscheidender Prädiktor, noch vor einigen Mediennutzungsfaktoren wie YouTube oder TikTok. Ein weiterer starker Unterschied kann zwischen Befragten in Ost- und Westdeutschland beobachtet werden. So stimmen 35,8 % der Ostdeutschen der Aussage zu, während es nur 26,7% der Westdeutschen tun. Keine signifikanten Auswirkungen hat das Bildungsniveau.

Deutschland braucht China, um international mithalten zu können

Zwei der abgefragten Narrative waren weniger offensichtlich als Propaganda einzuordnen und zeigen somit unter den Befragten auch keine direkte Anfälligkeit für Falschinformationen. Hierbei geht es um die Aussagen, dass China Deutschland technologisch weit voraus sei und Deutschland China brauche, um international mithalten zu können. Die Abhängigkeit von China wird in Europa und Deutschland seit einigen Jahren verstärkt politisch diskutiert. Es herrscht oft ein Bild starker Abhängigkeit der deutschen Industrie von China vor, dabei ist Deutschland keinesfalls einseitig abhängig, auch nicht im Technologie-Bereich. In einem Report des Mercator Instituts on China Studies wurden die Narrative um die ökonomische Abhängigkeit untersucht. Der Report betont, dass diese nicht überschätzt werden sollte: Die Innovationsabhängigkeit zwischen China und Deutschland sei wechselseitig und nicht einseitig. Zudem sei die Handels- und Investitionsabhängigkeit von China im Vergleich zu den Verbindungen mit den USA relativ gering. Genauso die Abhängigkeit von Lieferketten (Pongratz et al., 2022).

Dass Deutschland China braucht, um international mit halten zu können, bleibt trotzdem ein weit verbreitetes Narrativ: Mit 56,8 % stimmen über die Hälfte der Befragten voll oder eher zu. Dabei liegt der Wert bei Männern mit 16,4 %, die voll zustimmen, wesentlich höher als bei Frauen (9 %). Nutzerinnen und Nutzer von X stimmen mit 27,4 % der Aussage doppelt so oft wie der Durchschnitt (12,6 %) vollkommen zu. Auch Nutzerinnen und Nutzer von TikTok sind von der Abhängigkeit weniger überzeugt (18,4 %).

Abb. 4 | Regressionsanalyse: Einflussfaktoren auf die Zustimmung zur These, das chinesische Regime sei erfolgreicher als die westlichen Demokratien

	Beta	Sig
Geschlecht	.12	...
Informationsquelle: Youtube	-.11	...
Informationsquelle: TikTok	-.07	...
Informationsquelle: alternative Medien	-.05	**
Informationsquelle: Verkaufszeitungen wie Bild, Express	-.05	**
Informationsquelle: private Radio- und Fernsehsender	-.05	**
Informationsquelle: andere soziale Netzwerke	-.04	*
Schulbildung	-.03	n.s.
Informationsquelle: öffentlich-rechtliche Radio- und Fernsehsender	-.02	n.s.
Informationsquelle: überregionale Tages- und Wochenzeitungen, Nachrichtenmagazine	-.02	n.s.
Informationsquelle: Lokalzeitung	-.02	n.s.
Informationsquelle: Podcast	.02	n.s.
Informationsquelle: X	-.01	n.s.
Informationsquelle: andere Internetangebote	-.01	n.s.
Alter	.00	n.s.

China stellt eine große Bedrohung für die westlichen Demokratien dar

Die Befragten sind gespalten bei der Frage, ob China eine Bedrohung für die westlichen Demokratien darstellt. 49,1 % stimmen voll oder eher zu, 37,2 % eher oder gar nicht. Erkennbar ist ein Generationsunterschied: Je älter der oder die Befragte, umso eher wird China als Bedrohung gesehen. Nutzerinnen und Nutzer von X sehen mit 21,8 % China am häufigsten voll als Bedrohung an, während Leserinnen und Leser unterschiedlichster Zeitungsformate dies nur zu 15-16% tun. Am wenigsten wird China von Nutzerinnen und Nutzern anderer sozialen Medien wie Facebook und Instagram mit voller Zustimmung (11 %), gefolgt von TikTok (13,7 %) als Bedrohung gesehen. Nennenswert ist, dass Nutzerinnen und Nutzer von TikTok (15,4 %) zudem am stärksten widersprechen (stimme gar nicht zu), dass China eine Bedrohung darstellt, eng gefolgt von X (14,9 %) und YouTube (14,6 %).

3.1.2. Russlands Propaganda wirkt – wie sich russische Narrative in der Bevölkerung verfestigt haben

Die Umfrage zeigt eine starke Übereinstimmung unter den Befragten in Bezug auf die russische Invasion in der Ukraine und die Notwendigkeit westlicher Unterstützung. 78,5 % stimmen voll oder eher zu, dass Russland einen völkerrechtswidrigen Angriffskrieg gegen die Ukraine führt, und 55,4 % halten es für wichtig, dass der Westen die Ukraine im Kampf gegen Russland unterstützt. Dennoch zeigt die Umfrage auch, dass russische Narrative verfangen und hängen bleiben. So glaubt fast

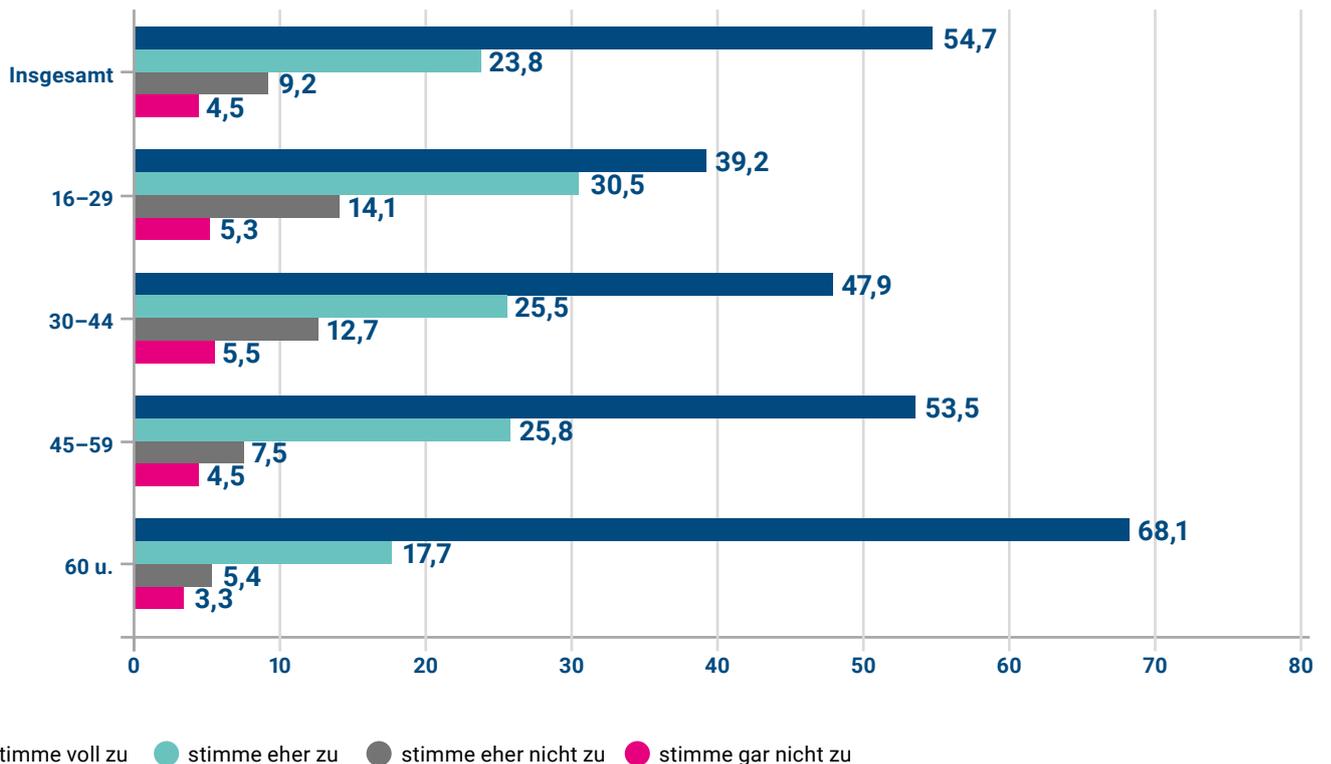
jeder Fünfte, dass Russland größeres Interesse am Frieden in der Ukraine hat als der Westen. Mit 23,3 % ist der Anteil an Zustimmung zu dieser Aussage bei den 16-44-Jährigen höher als in der älteren Generation.

Russland führt einen völkerrechtswidrigen Angriffskrieg gegen die Ukraine

Erkennbar sind deutliche Unterschiede zwischen den Generationen in der Bewertung des russischen Angriffskriegs gegen die Ukraine. Während insgesamt 54,7 % der Befragten der Aussage „Russland führt einen völkerrechtswidrigen Angriffskrieg gegen die Ukraine“ voll zustimmen, sinkt dieser Wert bei den jüngeren Befragten deutlich. Nur 39,2 % der 16- bis 29-Jährigen stimmen der Aussage voll zu, während es bei den 30- 44-Jährigen 47,9 % sind. In den älteren Altersgruppen steigt die Zustimmung: 53,5 % der 45-59-Jährigen und 68,1 % der über 60-Jährigen stimmen vollständig zu. Ähnliche Unterschiede zeigen sich bei der Antwortoption „stimme eher zu“. Insgesamt wählen 23,8 % diese Antwort, wobei junge Befragte mit 30,5 % den höchsten Wert aufweisen. Bei den 30-44-Jährigen und 45-59-Jährigen liegt der Wert jeweils um die 26 % während bei den über 60-Jährigen nur 17,7 % dieser Ansicht sind. Die Ergebnisse verdeutlichen einen klaren Generationenunterschied: Je jünger die Befragten, umso weniger Zustimmung zeigen sie zur Aussage, dass Russland einen völkerrechtswidrigen Angriffskrieg gegen die Ukraine führt.

Auffällig sind auch deutliche Unterschiede je nach genutzter Informationsquelle.

Abb. 5 | Russland führt einen Völkerrechtswidrigen Angriffskrieg gegen die Ukraine

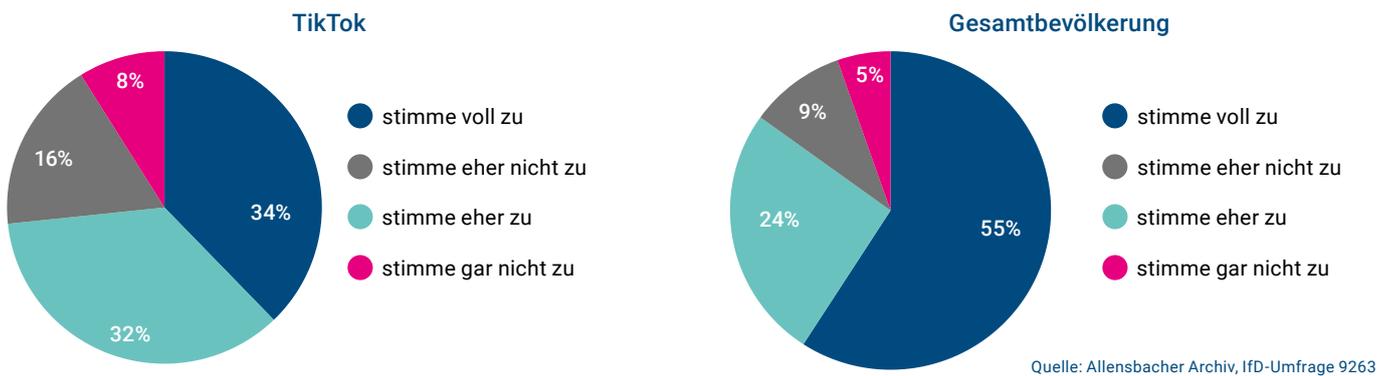


Die Umfrage zeigt, dass insgesamt 4,5 % der Befragten der Aussage „Russland führt einen völkerrechtswidrigen Angriffskrieg gegen die Ukraine“ gar nicht zustimmen und 9,2 % eher nicht zustimmen. Besonders skeptisch zeigen sich Nutzerinnen und Nutzer nicht traditioneller Medien. 9,3 % der X-Nutzerinnen und Nutzer sind gar nicht der Ansicht, dass Russlands Krieg gegen die Ukraine völkerrechtswidrig sei, gefolgt von 8,4 % der TikTok-Nutzerinnen und Nutzer und 7,6 % der YouTube-Nutzerinnen und Nutzer.

Noch größer werden die Unterschiede bei der Gruppe, die „eher nicht zustimmt“. Während dies insgesamt 9,2 % der Befragten angeben, liegt der Anteil bei X-Nutzerinnen und Nutzer bei 12 % und bei YouTube- und TikTok-Nutzerinnen und Nutzer sogar bei um die 16 %. Nutzerinnen und Nutzer anderer sozialer Medien folgen mit 12,8 %.

Im Vergleich dazu zeigen sich traditionelle Medienkonsumenten kritischer gegenüber Russland: Nur 6 % der Nutzerinnen und Nutzer öffentlich-rechtlicher Medien und lediglich 5,3 % der Leserinnen und Leser lokaler Zeitungen stimmen „eher nicht“ zu.

Abb. 6 | Russland führt einen Völkerrechtswidrigen Angriffskrieg gegen die Ukraine



Putin kämpft in der Ukraine gegen ein faschistisches Regime

Ähnliche Werte sind auch bei der Aussage „Putin kämpft in der Ukraine gegen ein faschistisches Regime“ zu beobachten.

Auffällig sind hier die Unterschiede zwischen den Geschlechtern: Während 21,9 % der Männer der Aussage zustimmen, tun es nur 14,6 % der Frauen. Das Geschlecht hat also einen

signifikanten Einfluss auf die Zustimmung zu der These. Auch Alter und Mediennutzung wirken sich auf die Antwort aus. Wieder ist erkennbar, dass die jüngere Generation eher an das Verschwörungsnarrativ glaubt, als Ältere.

Bei der Mediennutzung fallen erneut nicht-traditionelle Medien auf. YouTube, TikTok, andere soziale Netzwerke und Nutzerinnen und Nutzer von X stimmen der Aussage eher zu.

Abb. 7b | Putin kämpft in der Ukraine gegen ein faschistisches Regime

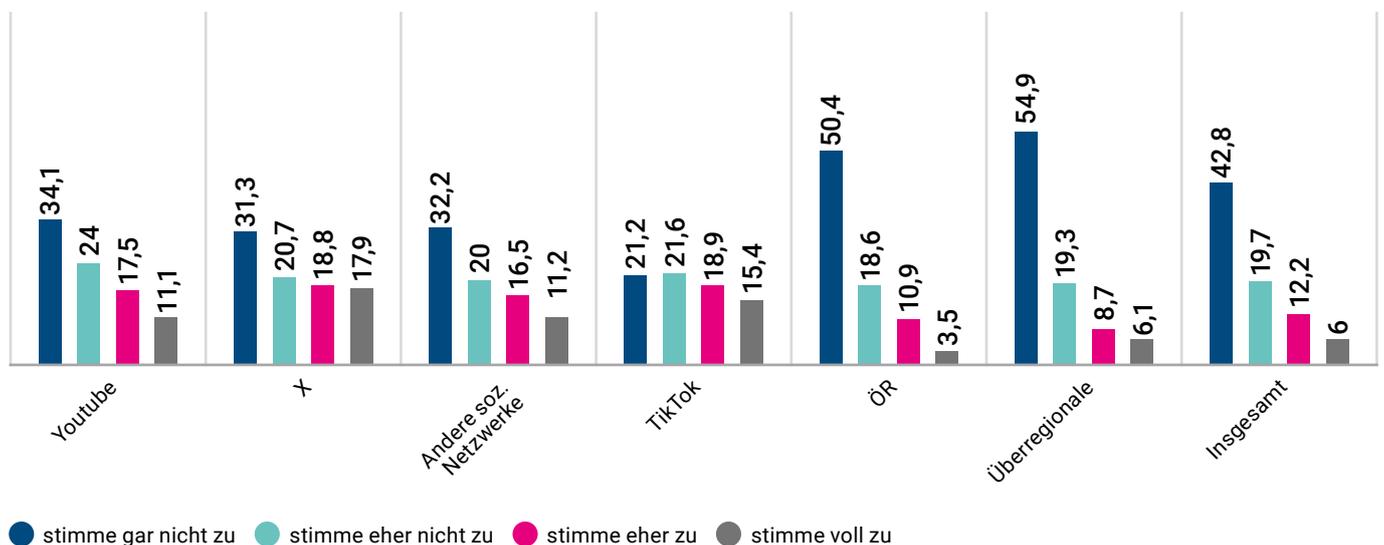
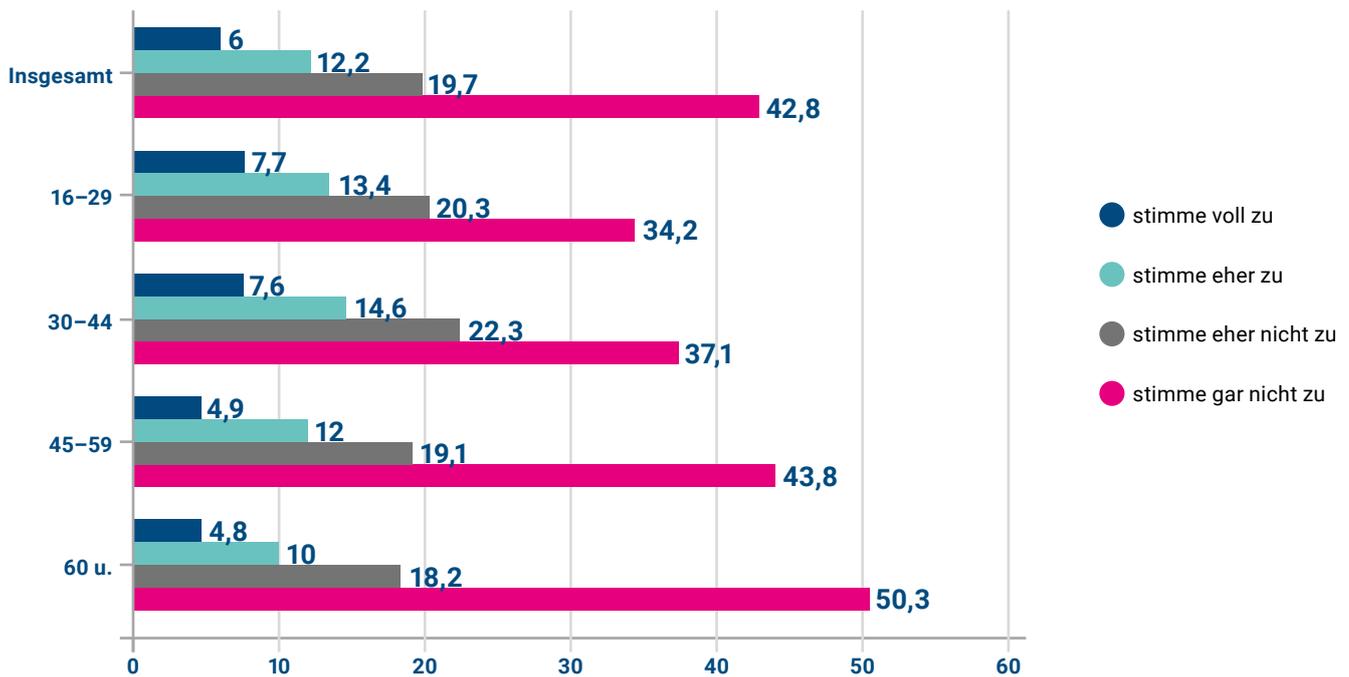


Abb. 7a | Putin kämpft in der Ukraine gegen ein faschistisches Regime



Quelle: Allensbacher Archiv, IfD-Umfrage 9263

3.2 Corona-Narrative fünf Jahre nach Beginn der Pandemie

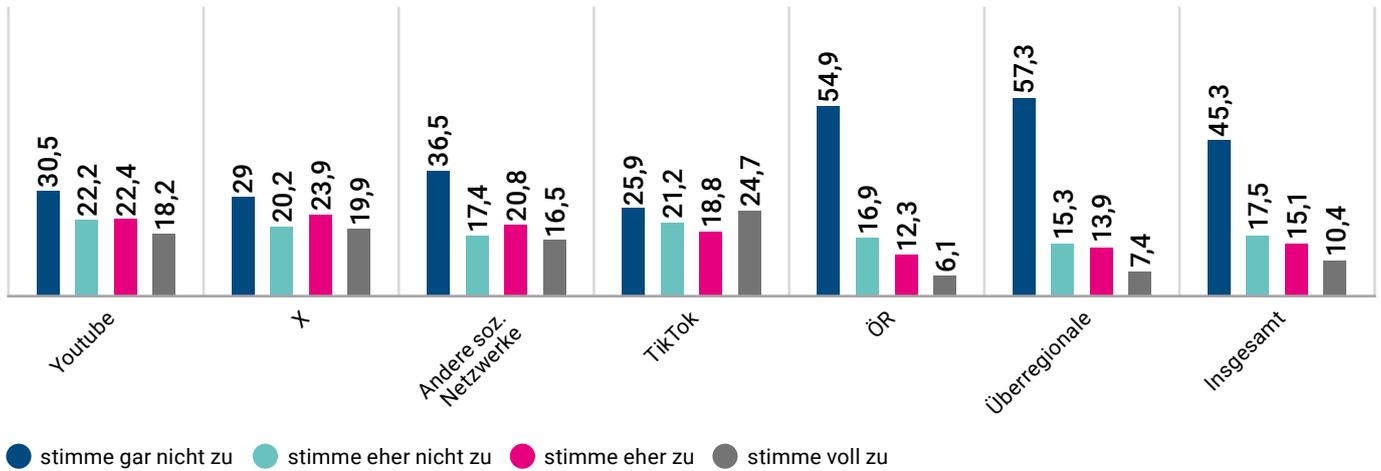
Die Umfrage hat auch den Einfluss einiger Verschwörungsnarrativen untersucht, die sich nicht auf Russland oder China beziehen. Fünf Jahre nach Beginn der Corona-Pandemie zeigt sich, dass Narrative um diese weiterhin Bestand haben. So glauben 10,4 % der Befragten fest daran, dass die Pandemie absichtlich von Regierungen oder Eliten inszeniert wurde, um die Kontrolle über die Bevölkerung zu verstärken.

Die Unterschiede zwischen den Altersgruppen sind dabei gering: 10,7 % der 16- bis 29-Jährigen stimmen dieser Aussage voll zu, 12,6 % der 30- bis 44-Jährigen, 10,2 % der 45- bis 59-Jährigen und 9 % der über 60-Jährigen. Auch regional gibt es keine großen Differenzen: Während 9,8 % der Westdeutschen dieser Aussage zustimmen, sind es im Osten 12,7 %.

Deutlich stärker fallen jedoch die Unterschiede je nach konsumierten Medien aus. Besonders Nutzerinnen und Nutzer sozialer Netzwerke sind empfänglicher für dieses Narrativ: 24,7 % der TikTok-Nutzerinnen und Nutzer stimmen voll zu, gefolgt von X (19,9 %), anderen sozialen Netzwerken (16,5 %) und YouTube-Nutzerinnen und Nutzern (18,2 %). Auch Podcasts (16 %) und alternative Medien (18,4 %) spielen hier eine Rolle.

Noch auffälliger sind die Werte bei denjenigen, die „eher zustimmen“. Während dies bei insgesamt 15,1 % der Befragten der Fall ist, die eher zustimmen, liegt der Anteil bei X-Nutzerinnen und Nutzern bei 23,9 %, bei YouTube- Nutzerinnen und Nutzern bei 22,4 % und bei anderen sozialen Netzwerken bei 20,8 %. TikTok liegt mit 19 % nur knapp darunter. Am höchsten ist die Zustimmung jedoch bei Konsumenten alternativer Medien mit 25 %. Diese Ergebnisse zeigen, dass Verschwörungsnarrative rund um die Corona-Pandemie besonders bei den Nutzerinnen und Nutzer sozialer und alternativer Medien weiterhin präsent sind.

Abb. 8 | Die Corona-Pandemie wurde absichtlich von Regierungen oder Eliten inszeniert, um die Kontrolle über die Bevölkerung zu verstärken



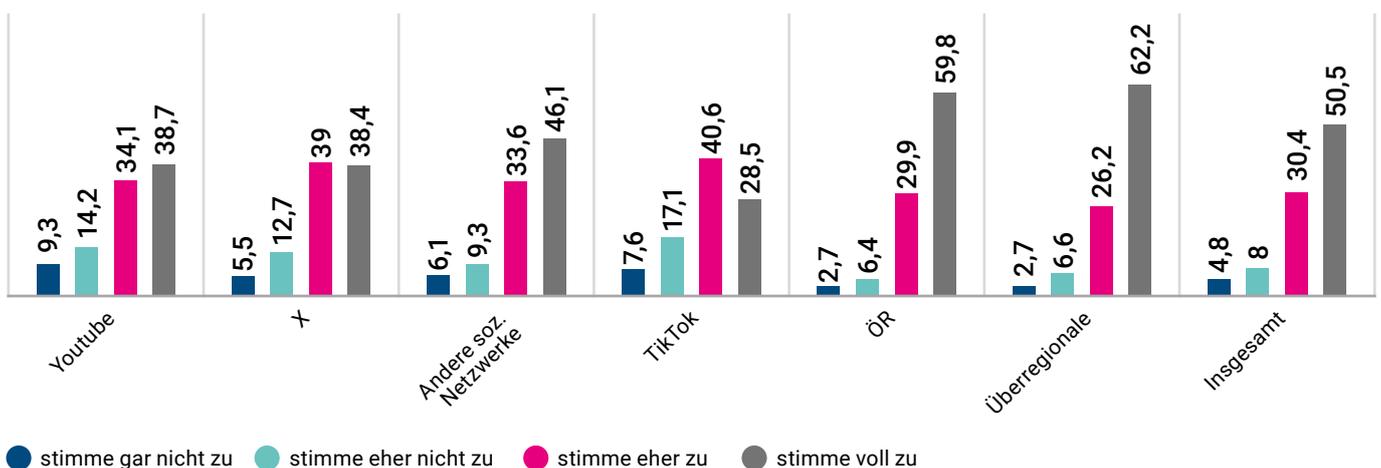
Quelle: Allensbacher Archiv, IfD-Umfrage 9263

Impfstoffe haben dazu beigetragen, Millionen von Menschenleben zu retten und Krankheiten wie Pocken und Polio nahezu auszurotten

Die Mehrheit der Befragten erkennt die Bedeutung von Impfstoffen für die Gesundheit der Bevölkerung an: 50,5 % stimmen der Aussage voll zu, dass Impfstoffe Millionen Menschenleben gerettet und Krankheiten wie Pocken und Polio nahezu ausgerottet haben. Weitere 30,4 % stimmen eher zu, während nur 8 % eher nicht und 4,8 % gar nicht zustimmen. Damit liegen die ablehnenden Meinungen insgesamt bei 12,8 %. Ein Blick auf die Plattformen zeigt jedoch deutliche Unterschiede: Bei TikTok liegt die Ablehnung insgesamt bei 24,7 %, bei X bei 18,2 % und bei YouTube bei 23,5 %. Im Vergleich dazu ist die Skepsis bei Nutzerinnen und Nutzern öffentlich-rechtlicher Sender mit nur 7,3 % deutlich geringer. Auffällig ist zudem die Zurückhaltung bei der vollen Zustimmung auf TikTok. Hier stimmen lediglich 28,5 % voll zu – deutlich unter dem Durchschnitt. Zwar erreicht die Zustimmung im Bereich

„stimme eher zu“ mit 40,6 % einen Wert, der 10 % über dem Durchschnitt liegt, dennoch bleibt die niedrige volle Zustimmung bemerkenswert.

Abb. 9 | Impfstoffe haben Leben gerettet



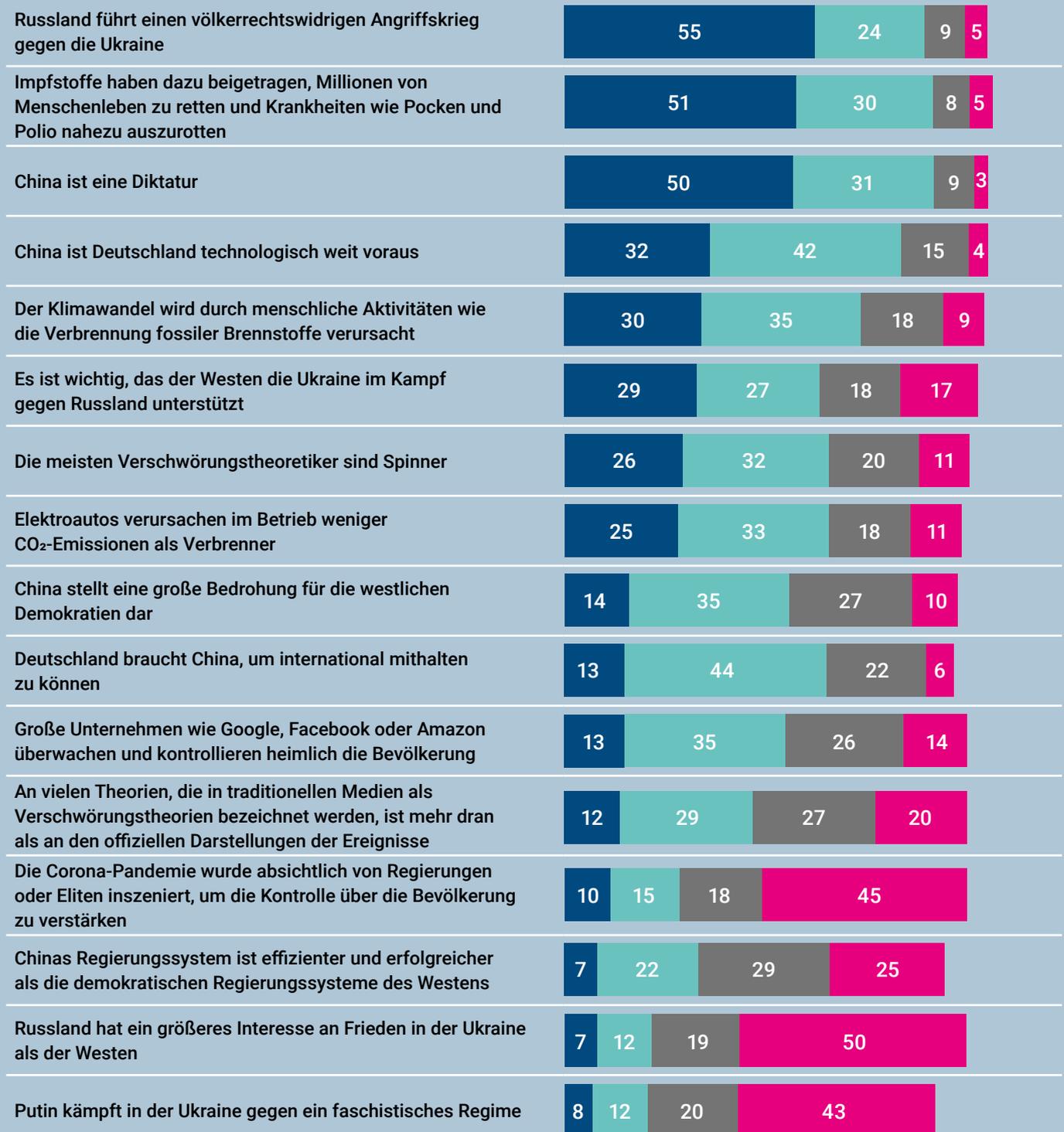
Quelle: Allensbacher Archiv, IfD-Umfrage 9263

3.3 GLAUBWÜRDIGKEIT POLITISCHER AUSSAGEN*

WEITERE VERSCHWÖRUNGSMYTHEN IN DER BEVÖLKERUNG

Frage: „Hier stehen verschiedene Aussagen und Meinungen. Bitte geben Sie an, inwieweit Sie persönlich diesen Aussagen zustimmen.“

● stimme voll zu
 ● stimme eher zu
 ● stimme eher nicht zu
 ● stimme gar nicht zu



An 100 fehlende Prozent: weiß nicht, keine Angabe

Basis: Bundesrepublik Deutschland, Bevölkerung ab 16 Jahre

* Die Ausführungen haben sich nur auf einige der abgefragten Aussagen im Detail bezogen. Die weiteren Aussagen finden Sie hier grafisch dargestellt.

Quelle: Allensbacher Archiv, IfD-Umfrage 9263

4. Wohin führt der Weg vorwärts? Verantwortung und Handlungsbedarf

Deutlich wird bei der Umfrage, dass ein Teil der Bevölkerung anfällig für anti-westliche Narrative ist. Diese Narrative sind Teil eines hybriden Angriffs auf liberale Demokratien und ihre Werte. Neben den beiden Akteuren Russland und China, sieht sich Europa nun auch konfrontiert mit einem US-amerikanischen Präsidenten, der selbst Desinformation verbreitet, um das Vertrauen in staatliche Institutionen und Partner zu schädigen. Hinzu kommt, dass US-Tech Firmen, die den europäischen Informationsraum stark mitprägen, sich immer offener gegen EU-Regulierung aussprechen. Wie schafft es Europa also den eigenen Informationsraum vor systematischen Desinformationskampagnen zu schützen? In einem zweiten Teil der Umfrage wurde zum einen nach den Quellen von Falschinformationen gefragt, aber auch wen die Befragten in der Verantwortung sehen, dagegen vorzugehen. Zuletzt wurde die Unterstützung verschiedener Maßnahmen erfragt.

4.1 Ursprünge der Narrative

Gerade Russland versucht offensiv mit der Verbreitung von Narrativen in Europa und auch Deutschland die Bevölkerung zu ihren eigenen Gunsten zu beeinflussen (BMI, 2025) und Spaltungen in der Gesellschaft zu verstärken. Die Beeinflussung und Spaltung der deutschen Gesellschaft ist ein Ziel dieser Propaganda, die Russland in ganz Europa verbreitet (Brey, 2025). Im politischen Diskurs werden sowohl Russland als auch China als Akteure von Desinformationskampagnen benannt. Sieht die Bevölkerung dies auch so? Die Umfrage hat abgefragt, welchen Ländern und Regierungen die Befragten zutrauen, absichtlich falsche Information zu verbreiten.

Russland wird von den Befragten mit 70 % als führende Quelle für Falschinformationen gesehen. Immerhin ein Drittel der Bevölkerung sieht es aber nicht als Verbreiter von Desinformation. Auf den weiteren Plätzen folgen China (59,2 %), Nordkorea (57 %), Iran (45,7 %), Türkei (41 %), die USA (37,9 %), Israel (32,9 %) und Deutschland (22,7 %).

Die Wahrnehmung von Desinformation variiert stark zwischen unterschiedlichen Altersgruppen. Während bei den 16- bis 29-Jährigen nur 58 % glauben, dass Russland gezielt Falschinformationen verbreitet, sind es bei den über 60-Jährigen 78,8 %. Ein ähnliches Bild zeigt sich bei China: 46,6 % der jungen Befragten sehen China als Quelle von Desinformation, bei den über 60-Jährigen sind es 68,5 %. Über alle Generationen hinweg glauben rund ein Drittel der Befragten, dass auch die USA (37,9 %) und Israel (32,9 %) Falschinformationen verbreiten.

Bemerkenswert ist zudem der Einfluss der Informationsquellen auf die Wahrnehmung. Personen, die TikTok als Nachrichtenquelle nutzen, halten China deutlich seltener (41,4 %) für einen Verbreiter von Falschinformationen im Vergleich zum Durchschnitt (59,2 %). Zum Vergleich: Nutzerinnen und Nutzer des öffentlich-rechtlichen Rundfunks (68,9 %), lokaler Zeitungen (68,6 %) und überregionaler Zeitungen (67,7 %) sehen China deutlich kritischer. Auch bei Nutzerinnen und Nutzern anderer sozialer Netzwerke liegt der Wert mit 56,5% höher. Nutzerinnen und Nutzer von TikTok sind aber nicht an sich weniger von der Prävalenz von Falschinformation und ihrer Verbreitung durch Regierungen überzeugt. Während China sowie Russland (mit 50,2 %) bei den Nutzerinnen und Nutzern vergleichsweise selten der Verbreitung verdächtigt wird, wird Deutschland von über einem Drittel (34,3 %) deutlich öfter als Verbreiter von Falschinformationen angesehen als in der breiten Bevölkerung (22,7 %). 31,3 % der X-Nutzerinnen und Nutzer geben an, bereits Desinformation im öffentlich-rechtlichen Rundfunk bemerkt zu haben. Während dies insgesamt nur 18,4 % der Befragten bestätigen. Diese Ergebnisse verdeutlichen, wie stark die Wahrnehmung von Desinformation sowohl durch Altersunterschiede als auch durch die Wahl der Informationsquelle beeinflusst wird.

Abb. 10 | Manchen Ländern und Regierungen wird nachgesagt, dass sie absichtlich falsche Informationen verbreiten. Bei welchen Regierungen, bei welchen Ländern gehen Sie davon aus, dass sie Falschinformationen verbreiten?

	Quellen der politischen Information										
	Lokalzeitung	Verkaufszeitungen	Überregionale	ÖR Sender	Privatsender	TikTok	Andere soziale Netzwerke	X	YouTube	Podcasts	Alternative Medien
Basis	785	210	530	1339	756	214	447	141	417	191	218
China	68,6	61,7	67,7	68,9	64,8	41,4	56,5	49,1	52,7	60,3	60,3
Russland	78,5	75,2	79,0	79,9	76,8	50,2	66,5	62,4	62,4	73,1	69,1
USA	41,6	37,1	43,4	40,2	37,8	41,4	46,0	42,9	47,3	43,4	49,9
Deutschland	18,0	24,7	21,7	17,8	21,4	34,3	31,7	34,1	37,5	24,0	37,3
Nordkorea	66,6	58,3	70,2	66,3	61,3	39,5	56,6	48,6	53,1	57,8	61,6
Türkei	48,5	41,7	49,3	48,4	46,8	27,9	39,9	38,8	36,0	34,6	50,5
Iran	55,9	49,2	56,8	54,6	53,2	29,0	46,2	43,1	42,5	46,3	55,6
Israel	37,0	31,6	38,6	35,2	38,9	33,2	43,1	39,2	37,4	35,5	44,1
Anderes Land	1,8	0,9	1,2	1,7	1,0	2,0	2,4	1,5	2,7	1,6	1,9
Weiß nicht, keine Angabe	12,2	10,6	8,6	11,4	12,9	20,0	14,1	11,2	11,4	10,7	8,9

Quelle: Allensbacher Archiv, IfD-Umfrage 9263

4.2 Plattform, Politik, Publikum – Pingpong der Verantwortung

Das Bewusstsein für Desinformation ist hoch, auch das zeigt die Umfrage. Über die Hälfte sieht Desinformation als ein großes Problem. Der mögliche Einfluss von Desinformation auf die Bundestagswahl 2025, wurde von 60 % der Befragten als groß oder sehr groß eingeschätzt. Dieser Wert ist über alle Generationen und Mediennutzungsmuster hinweg stabil.

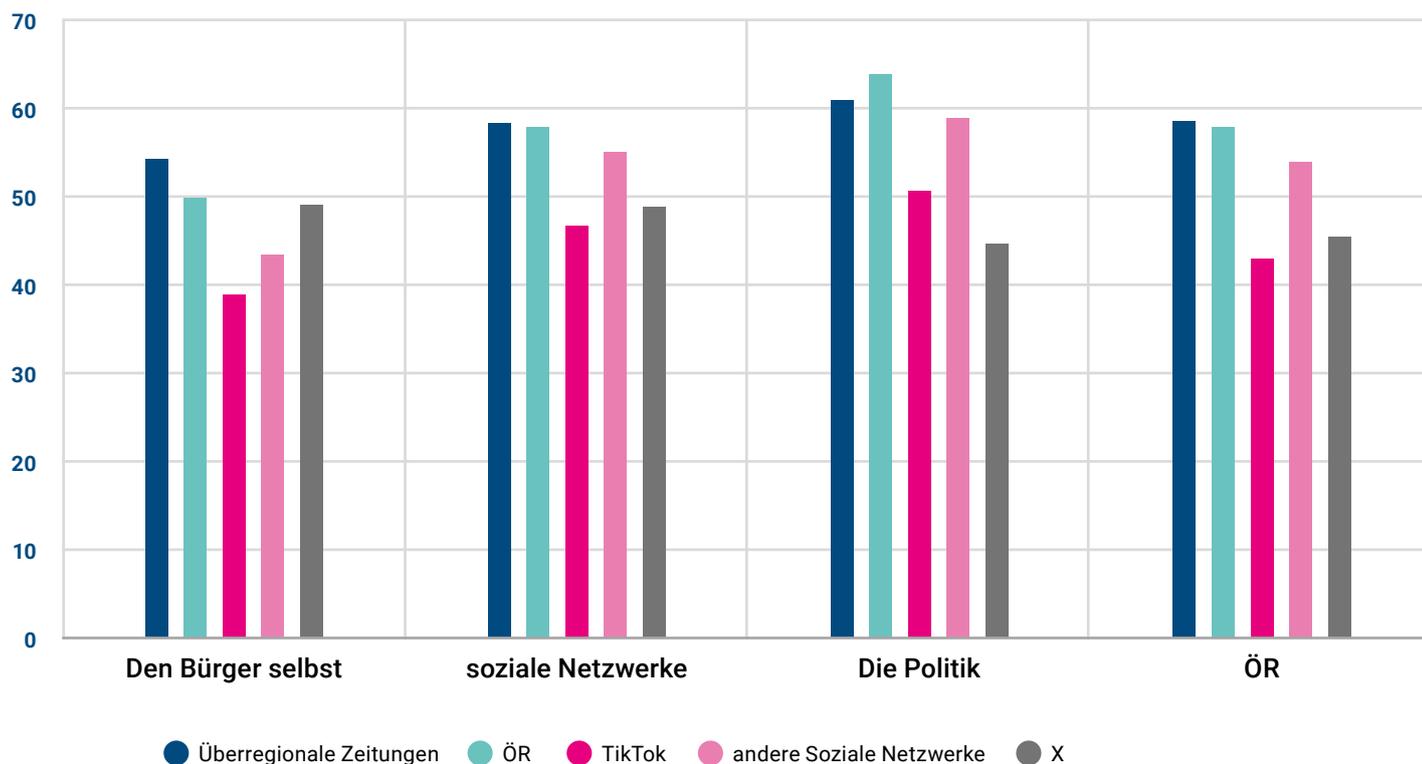
Die Hälfte der Befragten fühlt sich jedoch schlecht vorbereitet, um Falschinformation zu erkennen. Den 16-29-Jährigen fällt es nach Selbsteinschätzung am Leichtesten (44 % fällt es "eher leicht") und den über 60-Jährigen fällt es am Schwersten (49,8 % fällt es "eher schwer") Desinformation in den Medien zu erkennen. Die Zahlen zeigen, aber, dass gerade jüngere anfälliger sind für Falschinformationen. Auch die Nutzerinnen und Nutzer, welche - wie in den früheren Kapiteln dargelegt - oft besonders anfällig sind für Desinformation, schätzen sich selbst als besonders gut darin ein, Falschinformationen zu erkennen. Während insgesamt 51,1 % der Befragten es eher oder sehr schwer finden, tun dies nur 32,8 % der X-Nutzerinnen und Nutzer.

Die Umfrage reiht sich ein in ähnliche Studien, welche auf das Phänomen Desinformation schauen. So veröffentlichte die Bertelsmann Stiftung im Jahr 2023 eine Umfrage zur Wahrnehmung von Falschinformationen in Deutschland (Unzicker, 2023). Dabei wurden zwar keine konkreten Desinfor-

mationsnarrative abgefragt, aber sie warf ein Blick auf die Wahrnehmung von Desinformation und zeigt ebenfalls die Unsicherheit, welche auch die Befragten der aktuellen Umfrage nennen. Die Studie zeigte zudem, dass die Nutzung bestimmter Plattformen die Wahrnehmung von Desinformation unterschiedlich stark beeinflusst. Während es bei Facebook, TikTok und WhatsApp kaum Unterschiede gibt, nehmen Nutzerinnen und Nutzer von Telegram und X deutlich mehr Desinformation wahr. Allerdings besteht laut Bertelsmann-Studie kein signifikanter Zusammenhang zwischen der Plattformnutzung und der Unsicherheit darüber, ob eine Information wahr oder falsch ist.

Dass Deutschland mehr gegen Desinformation tun muss, ist auch 78 % der Befragten der Umfrage der Friedrich-Naumann-Stiftung für die Freiheit klar. Die Nutzerinnen und Nutzer von TikTok (69,9 %) und X (59,9 %) hingegen sehen weit weniger Handlungsbedarf. Auch wer die Verantwortung trägt für die Bekämpfung des Phänomens sehen die Nutzerinnen und Nutzer unterschiedlich. Die meisten sehen (zu 57 %) die Politik in der Verantwortung Falschinformationen einzudämmen. Gleichzeitig sprechen Nutzerinnen und Nutzer Plattformen nicht von der Verantwortung bei der Verbreitung von Desinformationsnarrativen frei. Knapp 52 % der Befragten sehen sowohl traditionelle Medien als auch soziale Netzwerke in der Pflicht, aktiv gegen Falschinformationen vorzugehen. Sogar knapp die Hälfte der Nutzerinnen und Nutzer von X und TikTok wünscht sich, dass Plattformen stärker in die Verantwortung genommen werden.

Abb. 11 | Wen sehen Sie vor allem in der Verantwortung?



Quelle: Allensbacher Archiv, IfD-Umfrage 9263

Das steht im Gegensatz zu den derzeit stark reduzierten Moderationspraktiken auf sozialen Netzwerken vor allem in den USA. X setzt auf das Format „Community Notes“ und überträgt damit die Verantwortung zur Bekämpfung von Falschinformationen direkt an die Nutzerinnen und Nutzer. Auch Meta hat kürzlich umfassende Änderungen seiner Moderationsrichtlinien angekündigt und verlagert die Verantwortung zunehmend auf die Community. Die Umfrage zeigt jedoch, dass sich lediglich 44,4 % der Befragten überhaupt selbst in der Pflicht sehen, aktiv gegen Desinformation vorzugehen. Bei TikTok-Nutzerinnen und Nutzern liegt dieser Wert sogar nur bei 39 %, während es bei X-Nutzerinnen und Nutzern immerhin 49,1 % sind.

Wenn sich 44,4 % selbst in der Verantwortung sehen, online gegen Falschinformation vorzugehen, tun sie es dann auch? In seiner Studie fragt Unzicker (2023) europaweit ab, wer schon einmal Falschinformation gemeldet oder dagegen argumentiert habe. Es zeigt sich: In Deutschland gehen die Menschen laut Studie eher zurückhaltend mit Falschinformationen um. Zwar gaben nur 10 % der Befragten an, versehentlich falsche Informationen geliked oder geteilt zu haben – einer der niedrigsten Werte in Europa, aber die Bereitschaft, Falschinformationen zu melden, ist in Deutschland gering: Lediglich 17 % haben schon einmal einen Post oder Account aus diesem Grund gemeldet, während der EU-Durchschnitt bei 22 % liegt. Ähnlich verhält es sich beim direkten Hinweisen auf Falschinformationen in Kommentaren oder Nachrichten – das haben 20 % der Deutschen bereits getan, ebenfalls unter dem europäischen Schnitt. Am häufigsten überprüfen

Deutsche laut Studie aktiv den Wahrheitsgehalt von Informationen im Internet. 46 % der Befragten gaben an, dies bereits getan zu haben – ein vergleichsweise hoher Wert, wenn auch hinter Ländern wie Polen (60 %). Insgesamt zeigt sich, dass die direkte Auseinandersetzung mit Falschinformationen in Deutschland seltener erfolgt als in vielen anderen EU-Staaten.

Die Studie der Bertelsmann-Stiftung unterstreicht die Ergebnisse der hier diskutierten Umfrage zum Verantwortungsbewusstsein im Umgang mit Desinformation. Zwar sehen sich 44,4 % der Bürger in der Verantwortung, etwas gegen Falschinformationen zu unternehmen, doch die tatsächliche Handlung bleibt oft dahinter zurück. Während nur 4,3 % der Befragten angaben, noch nie mit Falschinformationen in den Medien konfrontiert gewesen zu sein, und 15,2 % unsicher waren oder keine Angabe machten, gaben 15,4 % an, häufig und 43,5 % gelegentlich auf Desinformation gestoßen zu sein. Dennoch haben lediglich 46 % der Befragten in der Bertelsmann-Studie aktiv Informationen überprüft, während nur 17 % Falschinformationen gemeldet und 20 % mit Kommentaren darauf reagiert haben. Dies verdeutlicht eine Diskrepanz zwischen Wahrnehmung, Verantwortungsbewusstsein und tatsächlichem Engagement.

4.3 Von Bildung zu Verboten – welche Maßnahmen wünscht sich Deutschland?

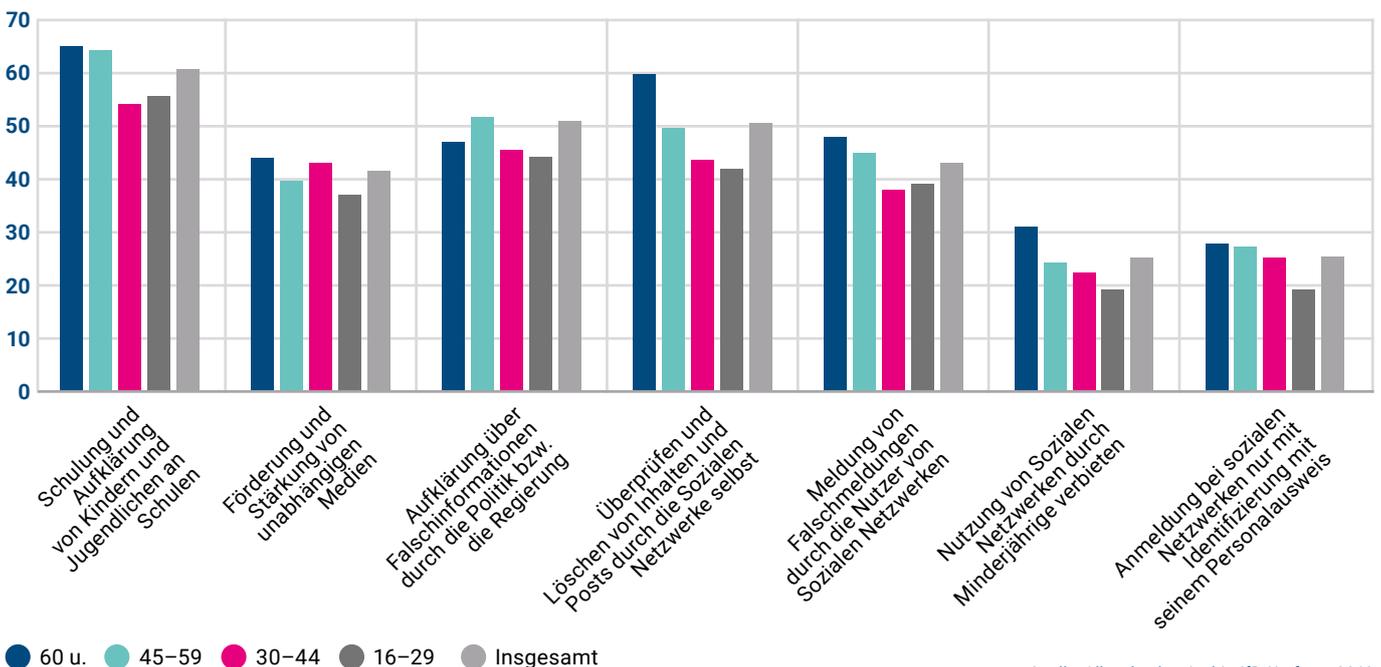
Die Hälfte der Befragten fühlt sich schlecht vorbereitet, um Falschinformation zu erkennen. Es verwundert also nicht, dass generationenübergreifend einen großen Wunsch nach besserer Aufklärung über Falschinformationen besteht. Rund 60 % der Befragten spricht sich dafür aus, das Thema verstärkt in Schulen zu behandeln – mehr als für jede andere Maßnahme. Besonders junge Menschen im Alter von 16 bis 29 Jahren wünschen sich zudem, dass auch Erwachsene eine stärkere Aufklärung zum Beispiel an Volkshochschulen erhalten (43,5 %). Dieser Wunsch nimmt mit steigendem Alter ab und erreicht bei den über 60-Jährigen nur noch 33,4 %. Weitere Maßnahmen, die stark befürwortet werden, sind Aufklärung durch die Politik (50,7 %) sowie die Überprüfung und das Löschen von Inhalten und Posts durch die sozialen Netzwerke selbst (50,6 %). Somit fordert etwa die Hälfte (50,6 %) der Befragten, dass Plattformen in der Verantwortung stehen, Inhalte aktiv zu überprüfen und zu löschen. Die jüngere Generation (16-29 Jahre) fordert dies mit 41,9 % deutlich weniger als die über 60-Jährigen mit 60,1 %. Dazwischen steigt die Zustimmung zum Überprüfen und Löschen von Inhalten durch Plattformen langsam mit einer Zustimmung von 43,6 % der Befragten zwischen 30-44 und 49,9 % der 45-59-Jährigen. Bei Nutzerinnen und Nutzern von X ist die Zustimmung mit 33,2 % am niedrigsten, gefolgt von TikTok (35,6 %). Die Zustimmung der Nutzerinnen und Nutzer von anderen sozialen Netzwerken wie Facebook und Instagram liegt mit 46,4 % nah am Durchschnitt. Auch beim generellen Handlungsbedarf gegen Desinformation gibt es Unterschiede: Während 78,3 % der Gesamtbefragten der Meinung sind, dass mehr getan werden müsste, liegt dieser Wert bei TikTok-Nutzern bei 69,9 % und bei X-Nutzern sogar nur bei 59,9 %. Die oben genannte Studie der Bertelsmann Stiftung (Unzicker, 2023) stellt auch die

Frage nach möglichen Maßnahmen. Eine große Mehrheit der Europäer und Europäerinnen fordert demnach ein entschiedeneres Vorgehen gegen Desinformation – sowohl von der Politik als auch von den Plattformbetreibern. EU-weit sind laut Studie 85 % der Befragten der Meinung, dass die Politik mehr tun sollte, während 89 % einen stärkeren Einsatz der Plattformen fordern. Die Zustimmung für ein Eingreifen der Plattformen ist höher als für politische Maßnahmen (53 % vs. 40 % „volle Zustimmung“). Dennoch ist das Gesamtbild klar: 82 % der Europäer und Europäerinnen sehen sowohl die Politik als auch die Plattformen in der Pflicht, während nur 7 % kein weiteres Handeln für notwendig halten. Die Zustimmungswerte sind europaweit somit höher als bei der Umfrage der Friedrich-Naumann-Stiftung.

Abgefragt wurden auch striktere Maßnahmen zur Nutzung sozialer Netzwerke, so auch ein Verbot dieser für Minderjährige. Ein Viertel der Befragten sprechen sich für ein solches Verbot aus. Besonders hoch ist die Zustimmung bei über 60-Jährigen (31 %). Sogar 19 % der 16- 29-Jährigen befürworten dies. Australien hat Ende 2024 ein solches Verbot für unter 16-Jährige verabschiedet. Dabei bleibt aktuell noch viel ungeklärt: Welche Plattformen sind betroffen, wie soll das Verbot umgesetzt werden, wie werden personenbezogene Daten von Betroffenen geschützt.

Insgesamt fällt auf, dass viele verschiedene Maßnahmen gleichzeitig unterstützt werden. Neben der Aufklärung an Schulen oder durch die Politik, wünschen sich 41,5 % der Befragten die Förderung unabhängiger Medien, zum Beispiel öffentlich-rechtlicher Berichterstattung, und 25,4 % sind sogar der Ansicht, eine Anmeldung bei sozialen Netzwerken soll nur erfolgen, wenn man sich zuvor mit seinem Personalausweis identifiziert hat.

Abb. 12 | Was halten Sie für besonders wichtig?



Quelle: Allensbacher Archiv, IfD-Umfrage 9263

Dass die Bekämpfung von Desinformation komplex ist und nicht mit einfachen Lösungen zu erreichen ist unterstreicht auch die Studie „Countering Disinformation Effectively: An Evidence-Based Policy Guide“ (Bateman und Jackson, 2024). Die Studie untersucht die Wirksamkeit verschiedener Maßnahmen gegen Desinformation. Sie argumentiert, dass der Kampf gegen diese für politische Entscheidungsträger oft schwierig ist, da die Wirksamkeit vieler Maßnahmen unklar ist. Häufig konzentriert sich die Debatte auf neue Technologien wie künstliche Intelligenz, während andere Ansätze – etwa in Bildung, Journalismus und politischen Institutionen – vernachlässigt werden. Die Studie schlussfolgert, dass es keine einzelne, universelle Lösung gegen Desinformation gibt. Maßnahmen wie Fact-Checking oder Kennzeichnungspflichten von zum Beispiel KI-generierten Inhalten für soziale Netzwerke seien zwar hilfreich, doch ihre Wirkung sei begrenzt und kontextabhängig. Statt auf schnelle, medienwirksame Lösungen zu setzen, sollten Demokratien eine Strategie verfolgen, die sowohl kurzfristige als auch strukturelle Maßnahmen kombiniert. Dazu gehören der Ausbau lokaler Medien und die Förderung von Medienkompetenz. Der Einfluss traditioneller Medien, politischer Narrative und sozialer Netzwerke auf Desinformation darf nicht unterschätzt werden. Das unterstützen auch die Daten der Umfrage der Friedrich-Naumann-Stiftung für die Freiheit. Traditionelle Medien schützen vor der Anfälligkeit für Falschinformationen. Es bleibt also wichtig das Vertrauen in diese zu stärken. Auch Lokaljournalismus spielt dabei eine wichtige Rolle.

5. Schlussfolgerungen

Obwohl seit Jahrzehnten zu Desinformation geforscht wird, gibt es noch immer keine Einigkeit über den richtigen Umgang mit dieser hybriden Bedrohung. Dies mag auch daran liegen, dass bestimmte Aspekte und Wirkmechanismen mangels erforderlichem Datenzugang nicht genauer ergründet werden können. Eine Meta-Analyse des *Observatory on Information and Democracy* zeigt, wie stark die Wirksamkeit und das Zusammenspiel verschiedener Maßnahmen vom jeweiligen Kontext abhängen (Mansel et al., 2025). Fehlinformationen werden dabei sowohl als Symptom als auch als Verstärker gesellschaftlicher Veränderungen betrachtet – nicht jedoch als isoliertes Problem.

Gleichzeitig bestehen weiterhin erhebliche Forschungslücken zur Wirksamkeit von Maßnahmen gegen Desinformation. Selbst das vergleichsweise gut untersuchte Fact-Checking zeigt, dass seine Effektivität stark vom jeweiligen Kontext abhängt (Bateman & Jackson, 2024). Ein breit angelegter, evidenzbasierter Ansatz ist deshalb sachgerecht, um Desinformation nachhaltig zu bekämpfen.

Die Umfrage zeigt deutlich auf, dass erschreckend viele Menschen, gerade in der jungen Generation, autoritären Narrativen (aus Russland und China) zustimmen und Glaube schenken. Diese Entwicklung wirft Bedenken über die Zukunft der Demokratie in Deutschland auf. Diskussionen um Desinformation werden oft immer noch zu sehr an der Oberfläche geführt. Das Thema systematischer und fremder Einflussnahme in unseren politischen Diskurs muss sowohl wissenschaftlich als auch politisch mehr Raum einnehmen.

Die Umfrage verdeutlicht auch die Notwendigkeit größerer Transparenz über die Funktionsweise von Algorithmen, damit Forschung strukturelle Risiken besser identifizieren kann. Die genauen Wirkmechanismen von Empfehlungsalgorithmen und damit die aktive Beteiligung von Plattformen an der Verbreitung von Narrativen ist in großen Teilen noch unbekannt. Wie schwierig der Zugang zu Daten sich teilweise gestaltet, zeigt auch das von Democracy Reporting International (DRI) geführte Verfahren vor dem Berliner Landgericht gegen X, das sich auf Artikel 40 des DSA (Forschungsdatenzugang) stützt.

Hier wird die geopolitische Dimension, welche mit der Wiederwahl Donald Trumps an Bedeutung zugenommen hat, deutlich. Gerade das von Elon Musk geführte Netzwerk X stellt sich in Europa immer offensiver gegen den in Gesetzen wie dem DSA oder der Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO) geregelten Datenzugang. Dass Plattformen, die von Einzelpersonen geführt und ohne Kontrollmechanismen gesteuert werden nicht neutral sind, sondern von politischen Intentionen und persönlichen Interessen beeinflusst, wird immer deutlicher. Hinzu kommt die systematische Ausnutzung von Algorithmen durch Autokratien wie Russland oder China. Dass deutlich mehr TikTok-Nutzerinnen und Nutzer als der Durchschnitt das chinesische Regierungssystem als effektiver und effizienter ansehen als ein demokratisches ist besorgniserregend. Umso wichtiger ist es, dass die EU sich nicht von den großen Tech-Konzernen einschüchtern lässt. Sie darf sich der monopolistischen Macht dieser Unternehmen nicht unterwerfen, sondern muss die – zum Beispiel im DSA und der DSGVO – rechtlich verankerten Werte konsequent verteidigen. Ein Abschaffen oder Abschwächen dieser würde eine drastische Abnahme vom Schutz und der Rechte der Verbraucherinnen und Verbraucher bedeuten.

Allerdings kann die Lösung nicht allein bei politischen Institutionen oder im digitalen Raum liegen. Eine starke gesellschaftliche Resilienz gegenüber Desinformation erfordert ein Bewusstsein dafür, dass jede und jeder Einzelne Verantwortung trägt. Bürgerinnen und Bürger spielen eine entscheidende Rolle beim Schutz der Demokratie – nicht nur online, sondern insbesondere im direkten sozialen Umfeld.

Zitierte Literatur

Bateman, J., & Jackson, D. (2024). Countering disinformation effectively: An evidence-based policy guide. Carnegie Endowment for International Peace.

Brey, Thomas (2025). Russland - Wegbereiter von Autokratien - Wie der Kreml Europa destabilisiert. Friedrich-Naumann-Stiftung für die Freiheit. Abrufbar unter: <https://shop.freiheit.org/#!/Publikation/1854>

Bundesministerium des Innern und für Heimat (BMI). Desinformation im Kontext von Russlands Angriffskrieg gegen die Ukraine. Abgerufen am 11.03.2025 unter: <https://www.bmi.bund.de/SharedDocs/schwerpunkte/DE/desinformation/desinformation-russlands-angriffskrieg.html>

Institut für Demoskopie Allensbach (2024). Die Verbreitung russischer und chinesischer Desinformation in der jungen Generation. Friedrich-Naumann-Stiftung für die Freiheit Abrufbar unter: https://www.freiheit.org/sites/default/files/2025-01/tabellenband_umfrage-desinformation_fnf.pdf

Kahrpal, A. (2024). The U.S. wants ByteDance to sell TikTok. China is almost certainly going to refuse. CNBC. Abgerufen am 11.03.2025 unter: <https://www.cnbc.com/2024/03/14/tiktok-ban-china-would-block-sale-of-short-video-app.html>

Laaff, M. et al. (2025). USA und TikTok: Droht das Verbot der Social-Media-App? Zeit Online. Abgerufen am 11.03.2025 unter: <https://www.zeit.de/digital/2025-01/verbot-tiktok-social-media-usa-faq#was-genau-hat-trump-angekündigt>

Mansell, R., et al. (2024). Information ecosystems and troubled democracy: A global synthesis of the state of knowledge on news media, AI, and data governance. Forum on Information and Democracy. Observatory on Information and Democracy. https://observatory.informationdemocracy.org/wp-content/uploads/2024/12/rapport_forum_information_democracy_2025.pdf

Pongratz, B., Bartsch, B., & Brussee, V. (2022). Germany: Politics trying to break free from the narrative of economic dependence. In Dependence in Europe's Relations with China: Weighing Perceptions and Reality. European Think-tank Network on China (ETNC).

Unzicker, K. (2023). Desinformation: Herausforderung für die Demokratie – Einstellungen und Wahrnehmungen in Europa. Bertelsmann Stiftung. https://www.bertelsmannstiftung.de/fileadmin/files/ST-DZ_Desinformation_Herausforderung_fuer_die_Demokratie_Europa_2023.pdf

Pongratz, B., Bartsch, B., & Brussee, V. (2022). Germany: Politics trying to break free from the narrative of economic dependence. In: Dependence in Europe's Relations with China: Weighing Perceptions and Reality. European Think-tank Network on China (ETNC).

Über die Autorin



Zoë van Doren

Zoë van Doren ist Policy Advisor in der Abteilung Globale Themen der Friedrich-Naumann-Stiftung für die Freiheit (FNF). Mit Sitz in Berlin ist sie für die Themen Globale Digitalisierung und Innovation zuständig. In enger Zusammenarbeit mit dem Global Innovation Hub der FNF in Taipeh, Taiwan, koordiniert sie zudem die globale Arbeit der Stiftung zu Digitalthemen. Aktuell arbeitet sie hauptsächlich an den Auswirkungen von künstlicher Intelligenz auf Wahlen, der Verbreitung von Desinformation auf Plattformen sowie zu Digitalpolitik im Systemkonflikt.

Bildnachweis: ©FNF

